



Emerging Affluents 2026

Warum traditionelle Banken den Zugang verlieren – und wie KI sie zurückbringt



August 2026

Von Holger Sachse, Achim Ruckenstein, André Wenske, Akin Soysal, Jasper Barth, Marc Schalück, Rasmus Mumme und Maximilian Schön



Über Boston Consulting Group

Die Boston Consulting Group hilft führenden Unternehmen und Organisationen weltweit, ihre Ambitionen in messbare Ergebnisse zu überführen. Was uns dabei seit jeher auszeichnet: strategische Klarheit – heute verstärkt durch angewandte KI – gestützt auf mehr als 60 Jahre Erfahrung und fundiertes Branchenwissen. BCG arbeitet weltweit und branchenübergreifend eng mit CEOs sowie Entscheiderinnen und Entscheidern zusammen, um tiefgreifende Veränderungen in großem Maßstab zu ermöglichen: höhere Renditen, nachhaltig aufgebaute Kompetenzen und Veränderung, die bleibt.

Inhalt

- 04 Emerging Affluents 2026: Kapitalmarktaktiv, KI-affin und wechselbereit
- 05 Beim Depot spielen traditionelle Banken kaum noch eine relevante Rolle
- 07 Immer mehr Vermögen fließt an den Kapitalmarkt
- 12 Zwei Anlegertypen, ein gemeinsamer Anspruch
- 17 Emerging Affluents für sich gewinnen – jetzt entscheidet die Umsetzung

Emerging Affluents 2026: Kapitalmarktaktiv, KI-affin und wechselbereit

Die Emerging Affluents investieren einen immer größeren Teil ihres Vermögens am Kapitalmarkt, bleiben offen für neue Anbieter und erwarten digitale Investmentlösungen mit intelligenter Unterstützung statt klassischer Beratung. Für etablierte Banken wächst damit gleichermaßen die Chance wie der Handlungsdruck.

Für etablierte Banken sind die Emerging Affluents das zentrale „Must-Win“-Segment: digitalaffine Berufstätige, im Schnitt 30 Jahre alt, mit einem Jahresgehalt zwischen 80.000 und 200.000 Euro. Ihr Interesse am Kapitalmarkt ist mit 92 % hoch, und sie legen einen immer größeren Teil ihres Geldes an – inzwischen 58 % ihres liquiden Vermögens.

Zwei Befunde bestimmen das Bild. Erstens: Im Wertpapiergeschäft spielen etablierte Banken bei dieser Kundengruppe kaum noch eine Rolle. Nur noch 10 % der Emerging Affluents führen ihr Depot bei einer Filialbank, 31 % bei einer Direktbank und 59 % bei (Neo-)Brokern. Bis 2023 hielten Filial- und Direktbanken gemeinsam noch gut 60 % dieser Depotverbindungen; heute sind es 41 %.

Zweitens: Mehr als 90 % der Emerging Affluents nutzen beim Investieren bereits künstliche Intelligenz oder können sich den Einsatz gut vorstellen. Damit steht ein Handlungsfeld offen, auf dem etablierte Häuser ihre Stärken ausspielen könnten, aber noch kaum tun: regulatorische Erfahrung, eine breite Datenbasis über die gesamte Kundenbeziehung und einen Vertrauensvorschuss, den junge Anbieter erst aufbauen müssen.

Die gute Nachricht für etablierte Banken: Diese Kundengruppe ist noch nicht vergeben. Die weniger gute: Das Zeitfenster, sie zu gewinnen, wird kleiner. Die Wechselbereitschaft ist außergewöhnlich hoch: 65 % der Gelegenheits-Trader und 54 % der Sparplan-Investoren würden für ein besseres Angebot den Anbieter wechseln.

Die Ergebnisse der repräsentativen Studie der Boston Consulting Group (BCG) zeigen, wo diese Kundengruppe heute ihr Geld anlegt, welche Rolle KI und digitale Beratung dabei spielen und wie sich die beiden zentralen Subsegmente – Sparplan-Investoren und Gelegenheits-Trader – entwickeln.



Beim Depot spielen traditionelle Banken kaum noch eine relevante Rolle

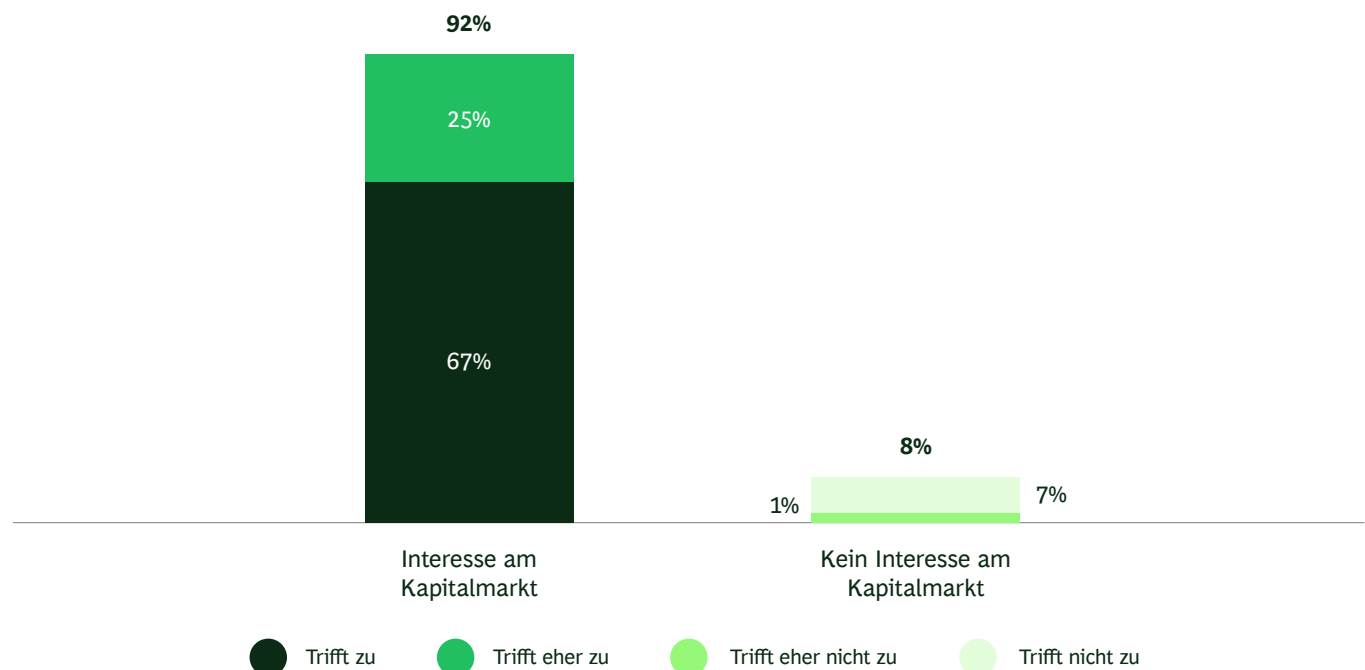
Nur noch 37 % der Emerging Affluents haben ihre Hauptbankverbindung bei einer Filialbank – und lediglich 10 % ihr Depot. Dort hat sich der Anteil seit 2023 halbiert.

Das Interesse am Kapitalmarkt ist bei den Emerging Affluents ungebrochen groß: 92 % geben an, dass sie sich persönlich für das Thema Kapitalmarkt und Finanzprodukte interessieren – nach wie vor mit kaum nennenswerten Unterschieden nach Alter und einem moderaten Unterschied nach Geschlecht.

Männliche Emerging Affluents sind mit 96 % um neun Prozentpunkte kapitalmarktaffiner als weibliche (87 %). Von diesem Interesse profitieren die etablierten Häuser allerdings immer weniger.

ABBILDUNG 1

Über 90 % der Emerging Affluents mit Kapitalmarktinteresse

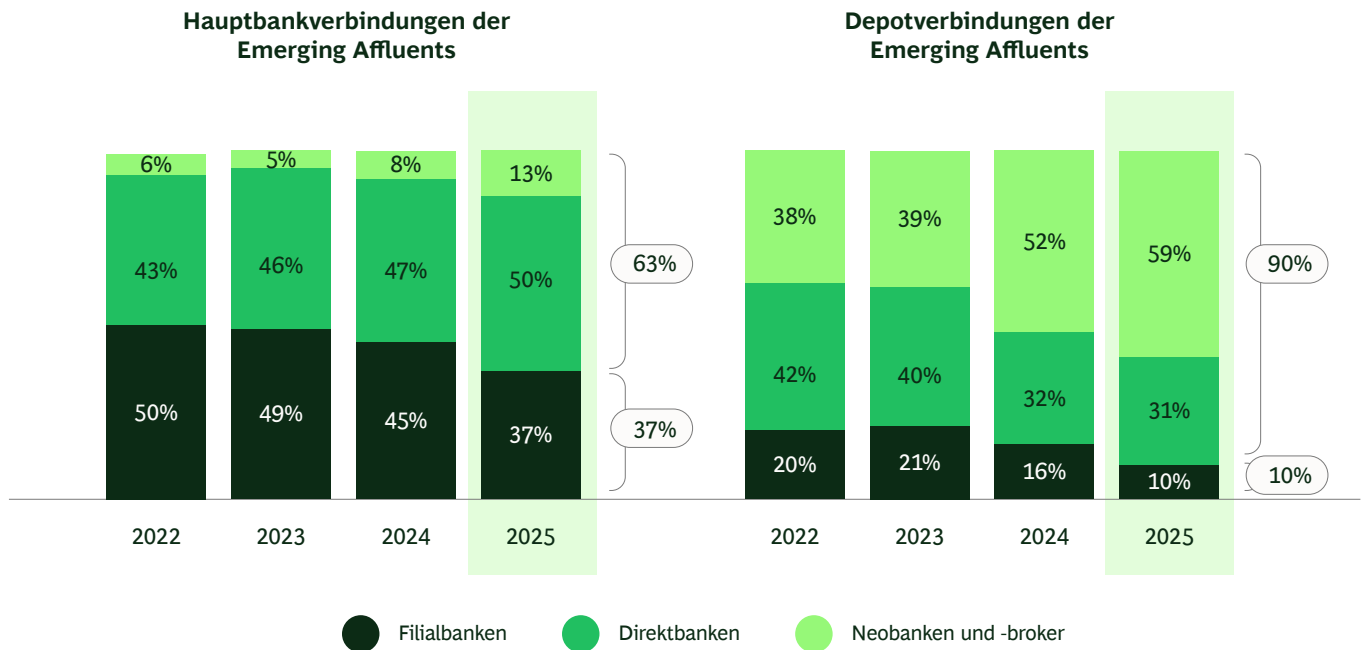


Quelle: BCG Analyse

Denn etablierte Häuser wie Filial- und Direktbanken beherrschen die Hauptbankverbindung, schaffen es aber kaum, diese Beziehung auf das Wertpapiergeschäft auszuweiten. Auf diese Banken entfallen zusammen 87 % der Gehaltskonten. Auf die Filialbanken allein sind es allerdings nur noch 37 %, und bei den Depotverbindungen lediglich 10 %. Umgekehrt liegen inzwischen 63 % der Hauptbankverbindungen und 90 % der Depotverbindungen bei Direktbanken, Neobanken und (Neo-)Brokern.

Dabei prägen längst nicht mehr die Direktbanken das Wertpapiergeschäft dieser Kundengruppe: Auf (Neo-)Broker allein entfallen mittlerweile 59 % aller Depotverbindungen, auf Direktbanken 31 %. Die deutliche Mehrheit der Depots liegt damit bei Anbietern, die vor wenigen Jahren noch kaum eine Rolle spielten.

Traditionelle Banken verlieren ihren Zugang zu den Emerging Affluents und spielen bei Depotverbindungen bereits keine relevante Rolle mehr (2022 – 2025)



Quelle: BCG Analyse

Die Verschiebung ist nicht neu – aber sie hat sich zuletzt dramatisch beschleunigt. Bis 2023 hielten Filial- und Direktbanken gemeinsam noch gut 60 % der Depotverbindungen dieser Kundengruppe. Binnen zwei Jahren ist dieser Anteil auf 41 % gefallen; (Neo-)Broker sind im selben Zeitraum von 39 % auf 59 % gewachsen.

Bemerkenswert ist der Kontrast zur Hauptbankverbindung: Dort entfallen noch 87 % der Hauptbankverbindungen auf etablierte Anbieter; der Anteil der Direktbanken ist sogar auf 50 % gestiegen. Das Gehaltskonto bleibt also überwiegend bei den etablierten Häusern. Nur wandert das Vermögen daran vorbei. Wie weit die Umwandlung der Hauptbankverbindung in eine Depotverbindung gelingt, unterscheidet sich dabei erheblich: Bei (Neo-)Brokern sind praktisch alle Hauptbankkunden auch Depotkunden, bei etablierten Instituten reicht die Spanne von rund 10 % bis knapp 60 % – bei mehreren großen Filial- und Genossenschaftsinstituten liegt sie unter einem Viertel. In diesen bestehenden Kundenbeziehungen liegt entsprechend erhebliches, noch ungehobenes Potenzial.

Der Markt ist zugleich hochkonzentriert: Der größte Neo-Broker allein hält rund ein Drittel der Depotverbindungen dieser Kundengruppe, die drei größten Anbieter zusammen knapp die Hälfte. Unter den fünf größten Anbietern findet sich keine klassische Filialbank. Für etablierte Häuser heißt das: Sie müssen nicht nur ein besseres Produkt bauen, sondern überhaupt erst wieder in das „Relevant Set“ dieser Kundengruppe zurückfinden. Wie viel dabei auf dem Spiel steht, zeigt ein Blick darauf, wie viel Vermögen diese Kunden inzwischen am Kapitalmarkt bewegen.

Immer mehr Vermögen fließt an den Kapitalmarkt

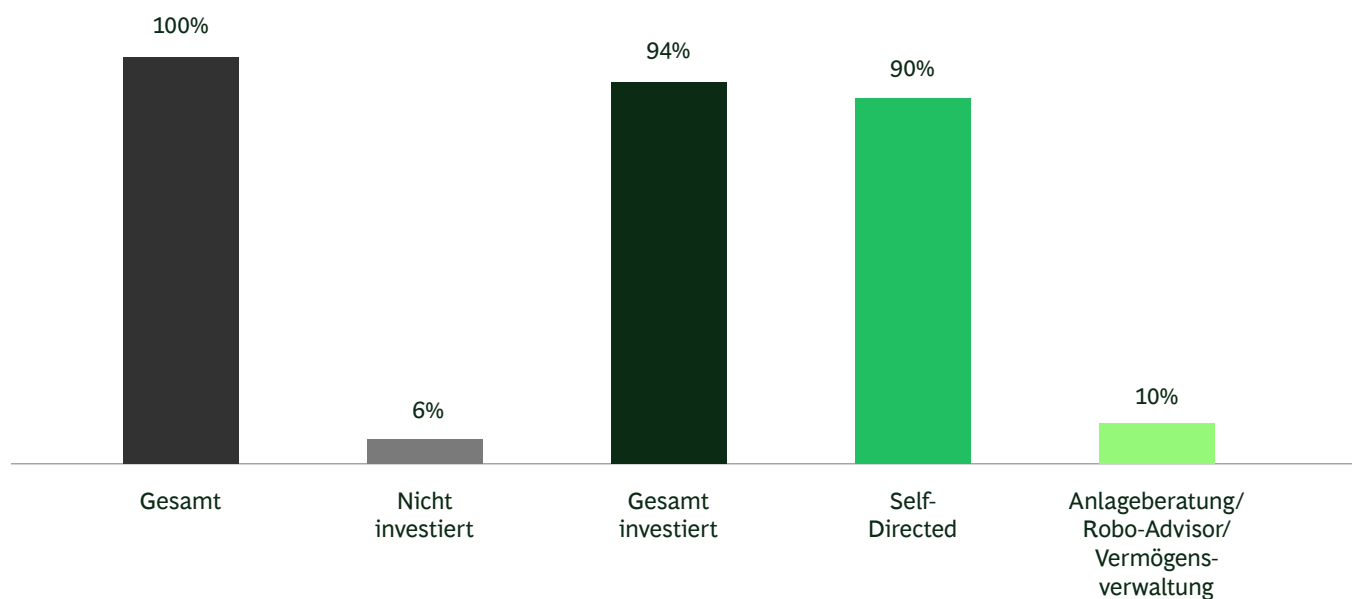
Emerging Affluents investieren eigenständig, setzen auf ETFs und öffnen sich zunehmend alternativen Anlageklassen. Wo sie das tun, unterscheidet sich deutlich nach Anbietertyp.

94 % der Emerging Affluents sind am Kapitalmarkt investiert – gegenüber weiterhin unter 20 % der deutschen Bevölkerung über 14 Jahren. Und wer meint, hier werde überwiegend beratungsbasiert angelegt, irrt. Der Wunsch nach Selbstbestimmung ist ungebrochen. 90 % aller investierten

Emerging Affluents investieren eigenständig, nur 10 % greifen auf klassische Anlageberatung, Vermögensverwaltung oder ein Robo-Advisory-Angebot zurück. Bei der Verwaltung ihres Vermögens vertrauen sie eher auf sich selbst als auf Dritte.

ABBILDUNG 3

Das Emerging-Affluent-Segment bleibt überdurchschnittlich am Kapitalmarkt aktiv



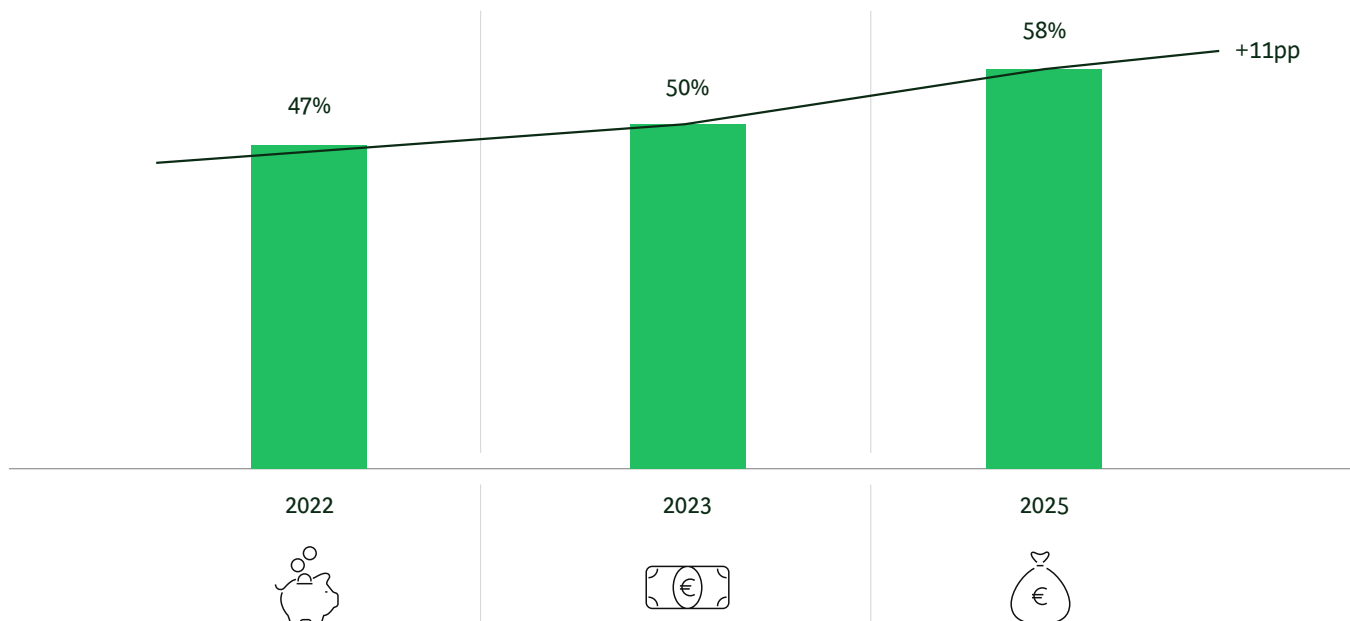
Quelle: BCG Analyse und Deutsches Aktieninstitut

Der am Kapitalmarkt investierte Anteil des liquiden Vermögens ist weiter deutlich gestiegen: von 47 % (2022) über 50 % (2023) auf nun 58 %. Das ist ein Plus von elf Prozentpunkten seit 2022 – die Emerging Affluents machen mit ihrem Geld also zunehmend ernst.

ABBILDUNG 4

Emerging Affluents haben mittlerweile 58 % ihres liquiden Vermögens angelegt

Prozent des liquiden Vermögens

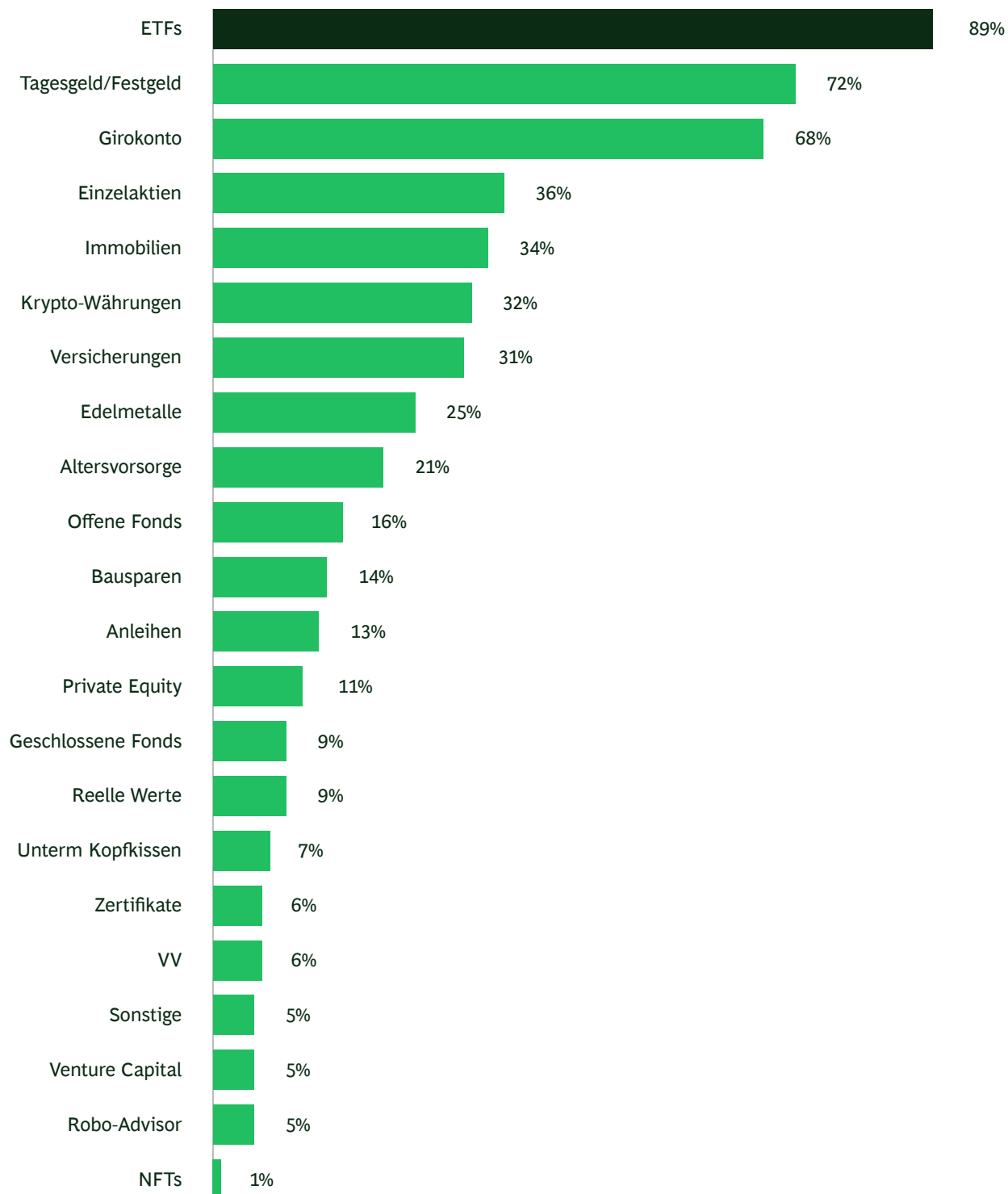


Quelle: BCG Analyse

Bei der Asset-Allokation dominieren die kostengünstigen Standardprodukte: ETFs bleiben mit 89 % das mit Abstand am häufigsten gehaltene Investmentprodukt, gefolgt von Tagesgeld/Festgeld (72 %) und dem Girokonto (68 %). Kryptowährungen (32 %) liegen inzwischen nahezu gleichauf mit Immobilien (34 %) und Einzelaktien (36 %). Auffällig ist die Dynamik bei den Alternatives: Private Equity ist von 1 % (2023) auf 11 % gestiegen.



Emerging Affluents investieren in eine breite Palette von Asset-Klassen (2025)



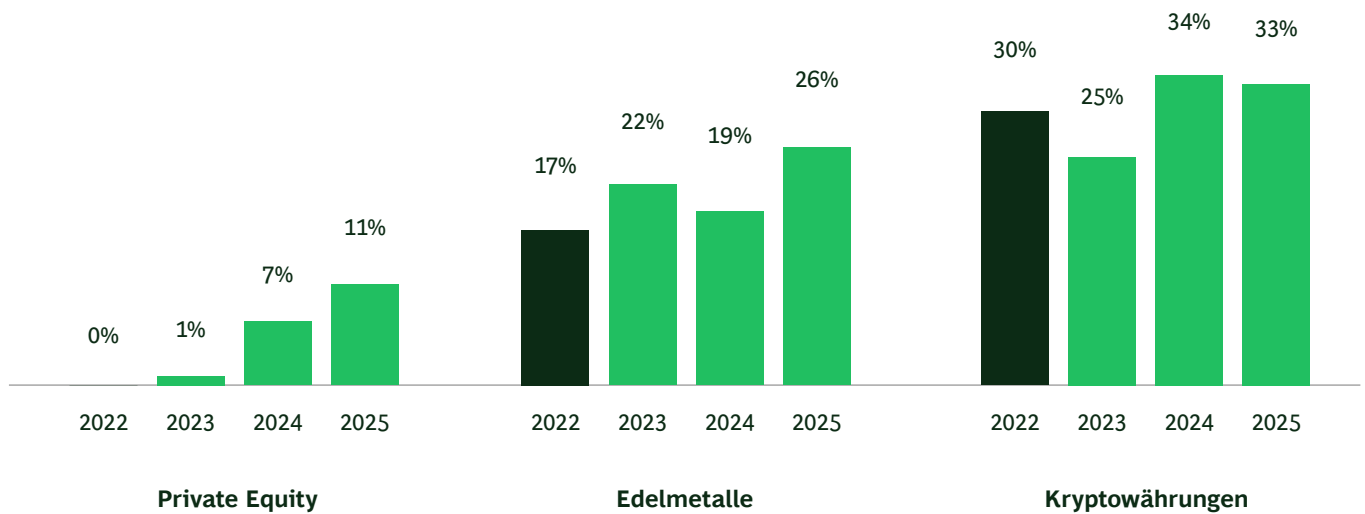
Quelle: BCG Analyse auf Basis aller Befragten

Betrachtet man die Entwicklung über die Zeit, wird der Trend noch deutlicher: ETFs sind auf hohem Niveau die dominierende Anlageklasse geblieben, Private Equity ist von nahezu null auf 11 % gestiegen, Krypto bewegt sich um ein Drittel und Edelmetalle sind von 17 % (2022) auf rund ein Viertel

gewachsen. Die Emerging Affluents stellen ihre Portfolios also nicht nur breiter auf, sondern greifen zunehmend auch zu Anlageklassen, die etablierte Anbieter oft erst zögerlich ins Regal nehmen.

ABBILDUNG 6

Alternatives Wachstum im Zeitverlauf (2022 – 2025)



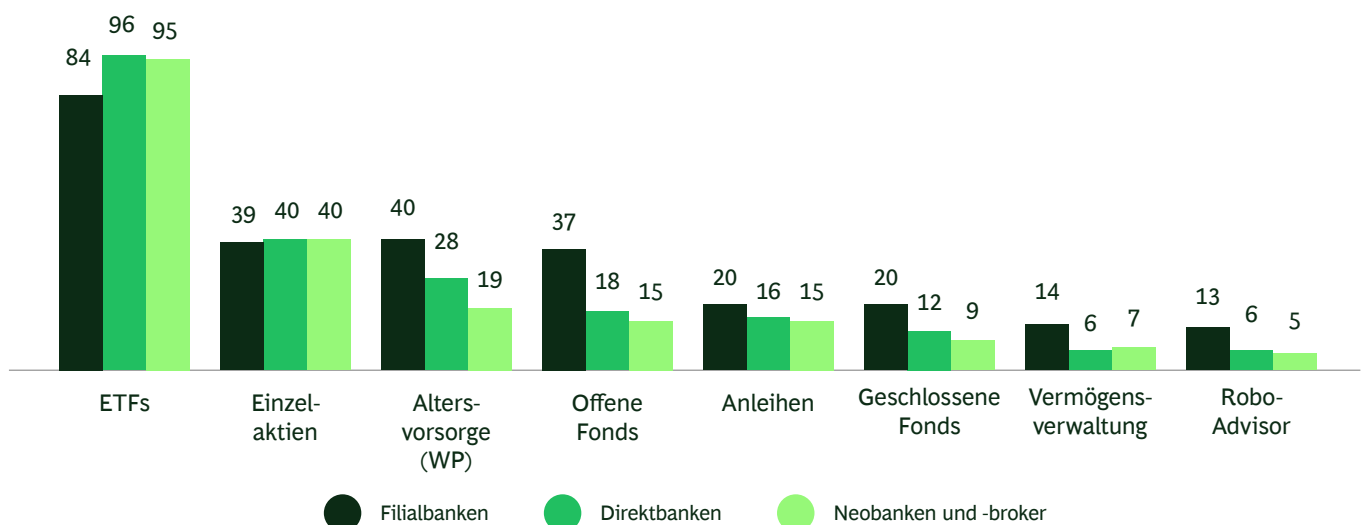
Anmerkung: Basis sind die am Kapitalmarkt investierten Emerging Affluents
Quelle: BCG Analyse

Interessant ist, wie unterschiedlich sich diese Portfolios über die Anbietertypen verteilen. Bei ETFs liegen (Neo-)Broker (95 %) und Direktbanken (96 %) nahezu gleichauf und deutlich vor Filialbanken (84 %). Umgekehrt sind Filialbankkunden bei den beratungsintensiveren Produkten überrepräsentiert: bei der Altersvorsorge auf Wertpapierbasis (40 % gegenüber 19 % bei (Neo-)Brokern), bei offenen Fonds (37 % gegenüber 15 %) und bei der Vermögensverwaltung (14 % gegenüber 7 %). Auch bei

weiteren Anlageformen hat jeder Anbietertyp seine eigene Domäne: Direktbanken sind besonders stark beim Tages- und Festgeld, Filialbanken bei Versicherungen und beim Bausparen, (Neo-)Broker bei Kryptowährungen. Das standardisierte Wertpapiergeschäft liegt damit bei den Angreifern – die Stärke der etablierten Häuser im beratungsnahen, langfristig orientierten Geschäft.

ABBILDUNG 7

Filialbankkunden mit weniger ETFs – dafür mehr Altersvorsorge, Fonds und Vermögensverwaltung



Quelle: BCG Analyse

Hinter der Produktstatistik verbirgt sich zudem ein blinder Fleck: Über die Breite der Assetklassen hinweg sind die Emerging Affluents durchaus ordentlich diversifiziert. Die eigentliche Schwachstelle liegt tiefer. Wer gleichzeitig in mehrere große Indizes investiert – etwa S&P 500, MSCI World und Nasdaq –, hält auf den ersten Blick ein breit gestreutes Portfolio, weist in Wahrheit aber massive Überschneidungen auf. Dieselben großen US-Technologiewerte sind in nahezu allen gängigen Indizes übergewichtet vertreten. Für den einzelnen Anleger sind diese Redundanzen kaum sichtbar. Genau hier setzt der Wunsch nach besserer Transparenz an – und genau hier können neue Technologien und insbesondere KI ansetzen, indem sie solche Überschneidungen automatisch sichtbar machen. Wie stark dieser Wunsch ausgeprägt ist und was die Emerging Affluents darüber hinaus von ihrer Bank erwarten, zeigt der Blick auf ihre beiden großen Subsegmente.



Zwei Anlegertypen, ein gemeinsamer Anspruch

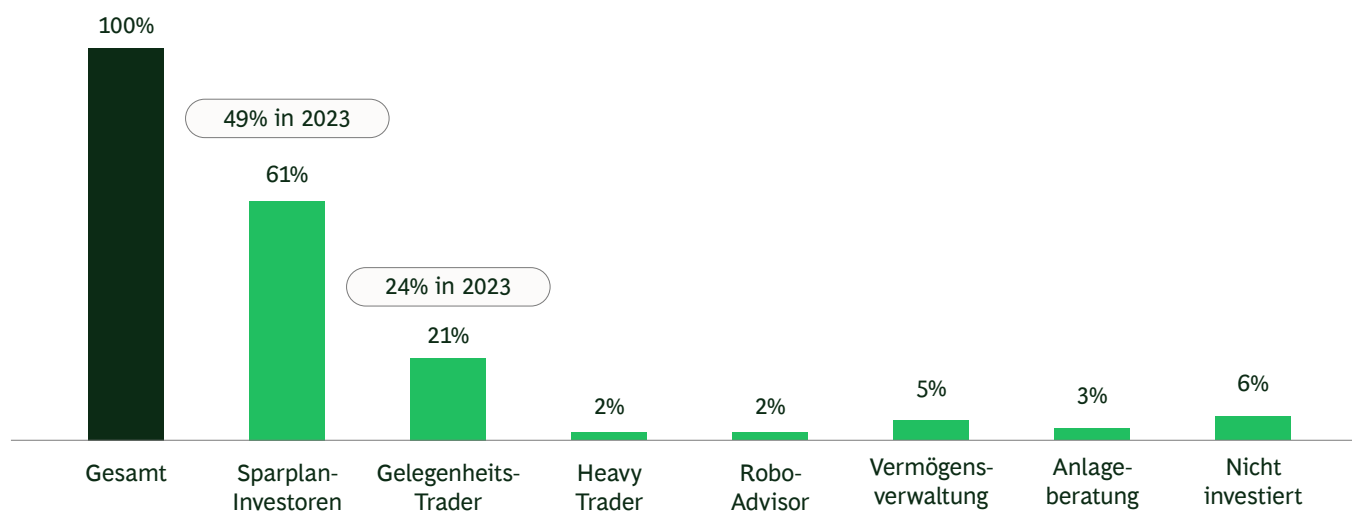
Ob Sparplan-Investor oder Gelegenheits-Trader: Beide wünschen sich einfache, KI-gestützte und hybride Angebote – und sind in hohem Maß wechselbereit.

Die Emerging Affluents lassen sich in zwei dominante Subsegmente unterteilen: Sparplan-Investoren und Gelegenheits-Trader. Zusammen haben diese beiden Gruppen weiter an Bedeutung gewonnen und machen inzwischen 82 % aller Emerging Affluents aus. Dabei ist der Anteil der Sparplan-

Investoren deutlich gestiegen, während der Anteil der Gelegenheits-Trader leicht zurückgegangen ist – bei weiterhin geringem Bedarf an Robo-Advisory (2 %), Vermögensverwaltung (5 %) oder klassischer Anlageberatung (3 %). Die folgende Abbildung zeigt die Größenverteilung aller Segmente.

ABBILDUNG 8

Sparplan-Investoren und Gelegenheits-Trader sind die beiden großen Subsegmente



Quelle: BCG Analyse

DER SPARPLAN-INVESTOR

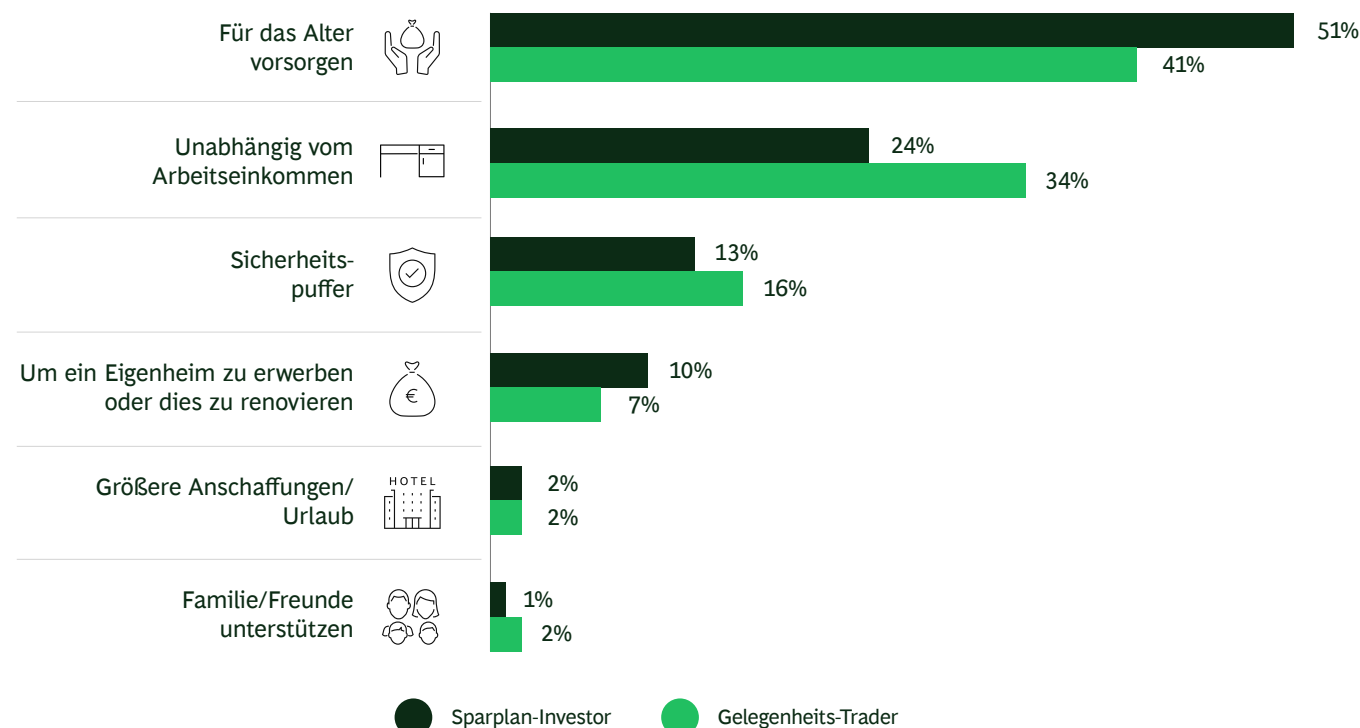
Mit 61 % (2023: 49 %) ist der Sparplan-Investor das mit Abstand größte und am schnellsten wachsende Subsegment. Sein Leitmotiv ist unverändert die Altersvorsorge: 51 % nennen sie als wichtigsten Anlagegrund, gefolgt vom Wunsch nach Unabhängigkeit vom Arbeitseinkommen (24 %) und dem Aufbau eines Sicherheitspuffers (13 %). Entsprechend risikoarm und langfristig ist sein Portfolio aufgestellt: ETFs dominieren mit 98 %. Ergänzt wird das Portfolio durch Tages- und Festgeld (76 %) sowie das Girokonto (68 %). Einzelaktien (37 %) und alternative Anlageklassen wie Krypto (30 %) oder Private Equity (8 %) spielen eine deutlich kleinere Rolle. Beim Preis ist er sensibel (56 % nennen günstige Konditionen als wichtigsten Wechselgrund), legt aber ebenso Wert auf Einfachheit und darauf, seine Finanzen möglichst in einer App zu bündeln.

DER GELEGENHEITS-TRADER

Der Gelegenheits-Trader ist mit 21 % (2023: 24 %) das zweitgrößte Subsegment. Auch für ihn bleibt die Altersvorsorge mit 41 % das wichtigste Anlagemotiv. Die finanzielle Unabhängigkeit vom Arbeitseinkommen folgt mit 34 % jedoch dicht dahinter und spielt für ihn eine deutlich größere Rolle als für den Sparplan-Investor. ETFs bleiben mit 94 % zentral, doch Einzelaktien (41 %), Immobilien (41 %) und Kryptowährungen (49 %) haben ein deutlich höheres Gewicht. Auch er ist preissensibel (62 % nennen günstige Preise), erwartet aber zusätzlich ein einfaches, komfortables Trading-Erlebnis. Beiden Segmenten gemeinsam ist der Wunsch nach einem hybriden Angebot – digital im Alltag, mit der Option auf menschliche Unterstützung bei Bedarf.

ABBILDUNG 9

Anlagemotive im Vergleich: Altersvorsorge dominiert, Unabhängigkeit treibt den Trader



Quelle: BCG Analyse

Die folgende Tabelle fasst die beiden Profile entlang der für die Anbietersauswahl entscheidenden Dimensionen zusammen – von Segmentgröße und Anlagemotiv über Kanalpräferenz bis zur Wechselbereitschaft. Sie macht deutlich, dass sich beide Gruppen in Risikoprofil und Motivlage klar unterscheiden, in

ihren Grundbedürfnissen aber deckungsgleich sind: günstig, einfach, digital, transparent. Und in einem Punkt gehen beide über das hinaus, was der Markt heute bietet – sie erwarten intelligente, KI-gestützte Werkzeuge, die ihnen helfen, ihre Entscheidungen selbst besser zu treffen.

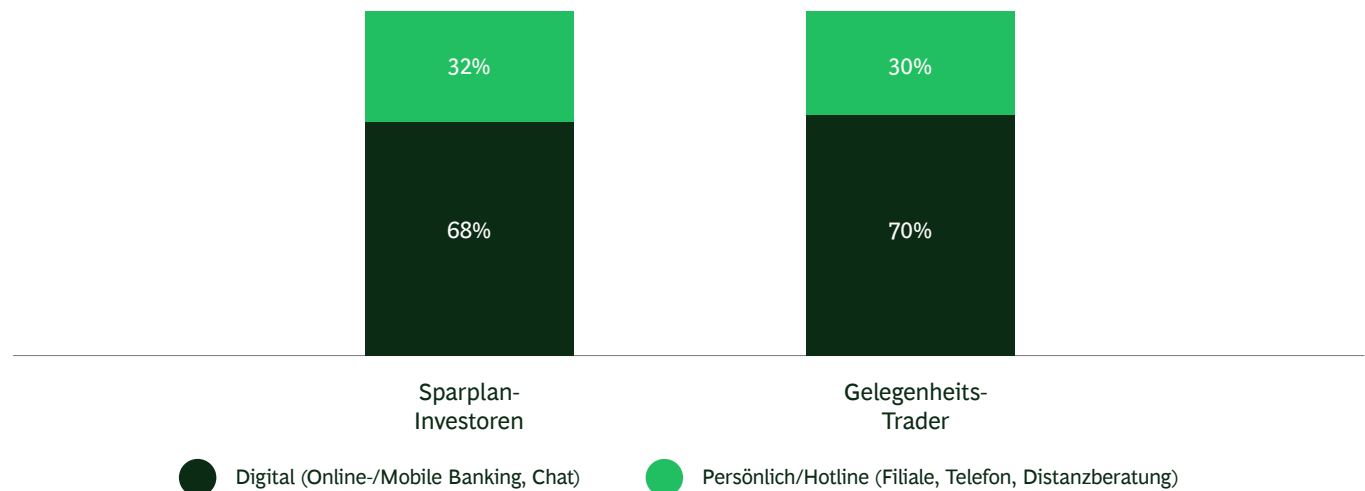
	Sparplan-Investor	Gelegenheits-Trader
 Segmentgröße	61 % (2023: 49 %)	21 % (2023: 24 %)
 Hauptanlagemotiv	Altersvorsorge (51 %)	Altersvorsorge (41 %), Unabhängigkeit (34 %)
 Hauptanlagefokus	ETFs (98 %)	ETFs (94 %), Einzelaktien (41 %), Immobilien (41 %)
 Kanalpräferenz	Digital 68 %, Remote Advisory 34 %	Digital 70 %, Remote Advisory 26 %
 Produktanforderung	Günstig (56 %), einfach, übersichtlich, transparent	Günstig (62 %), einfach, übersichtlich, transparent
 Wechselbereitschaft	54 % (sehr/eher wahrscheinlich)	65 % (sehr/eher wahrscheinlich)

In beiden Subsegmenten bevorzugen rund 70 % digitale Kanäle (Online-/Mobile-Banking, Chat) – wünschen sich aber bei Bedarf ausdrücklich die Möglichkeit, mit Menschen bei ihrer Bank zu sprechen. Das bedeutet nach Corona nicht das Comeback der Filiale, sondern den Wunsch nach bequemer, remote geführter Beratung per Video oder Telefon. Gefragt ist also weder reine

Selbstbedienung noch klassische Anlageberatung, sondern hybride Guidance auf Augenhöhe – von Expertinnen und Experten, die helfen, eigene Entscheidungen besser zu treffen. Gerade hier können etablierte Filialbanken auf langjährige Erfahrung im Remote-Vertrieb aufbauen.

ABBILDUNG 10

Digitale Kanäle dominieren, persönliche Remote-Beratung bleibt aber gefragt



Quelle: BCG Analyse

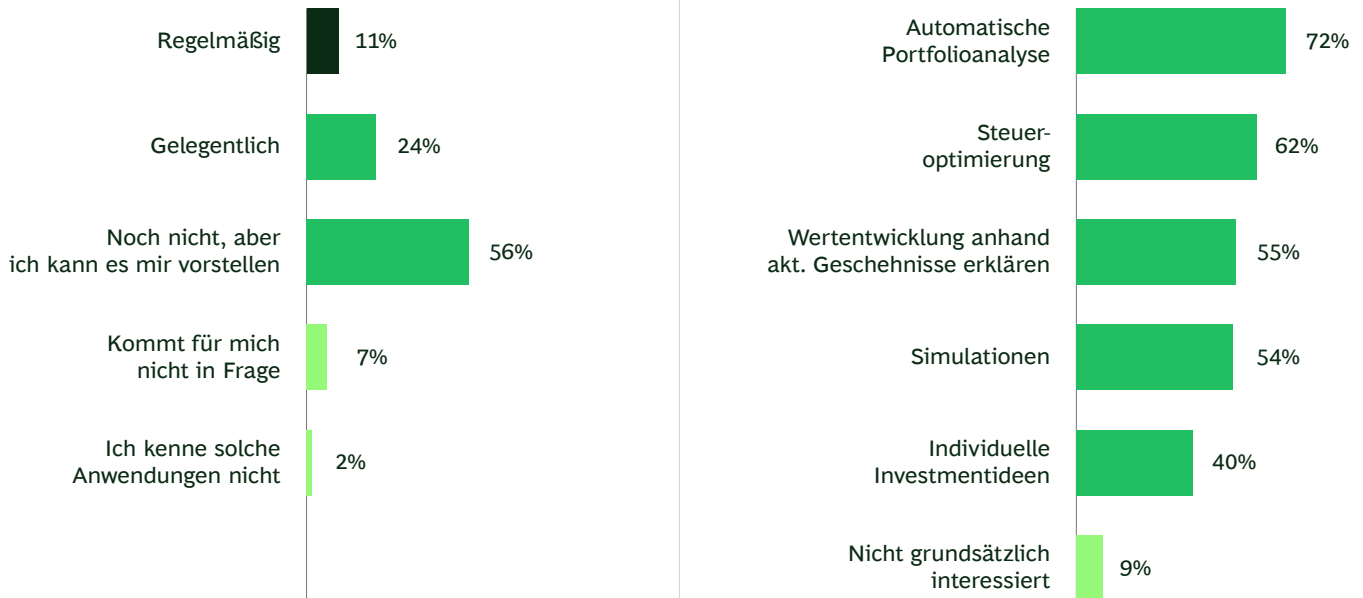
KI als Co-Pilot, nicht als Kapitän

Im digitalen Alltag, der bei beiden Segmenten rund 70 % ausmacht, muss diese unterstützende Rolle allerdings die Technologie übernehmen. KI-gestützte Analyse- und Erklärfunktionen sind hier der Hebel, während der Mensch für die wenigen wirklich beratungsintensiven Momente bereitsteht. Und genau darin liegt die zweite große Gemeinsamkeit beider Subsegmente: Der Einsatz künstlicher Intelligenz beim Investieren ist für die Emerging Affluents längst Realität. 11 % nutzen KI-gestützte Investment-Tools regelmäßig, weitere 24 % gelegentlich; 56 % nutzen sie noch nicht, können sich den Einsatz aber gut vorstellen. Nur 7 % schließen ihn für sich aus, weitere 2 % kennen solche Anwendungen nicht.

Am stärksten gewünscht wird KI dort, wo sie Transparenz schafft: Die automatische Portfolioanalyse steht mit 72 % an erster Stelle, gefolgt von Steueroptimierung (62 %) und der Erklärung von Wertentwicklungen anhand aktueller Marktereignisse (55 %). Auch Simulationen (54 %) und individuelle Investmentideen (40 %) stoßen auf hohes Interesse.

ABBILDUNG 11

Über 90 % der Emerging Affluents nutzen KI bereits zum Investieren oder können es sich vorstellen



Quelle: BCG Analyse

Entscheidend ist, wo die Grenze verläuft: Die Emerging Affluents wollen Entscheidungsunterstützung, keine Entscheidungsübergabe. Sie schätzen KI als Werkzeug, um Szenarien durchzuspielen, Risiken sichtbar zu machen und Optionen zu strukturieren – den finalen Knopf aber wollen sie selbst drücken. Gefragt ist KI daher als Co-Pilot, nicht als Kapitän – gerade in dem für diese Kundengruppe so prägenden Self-Directed-Segment.

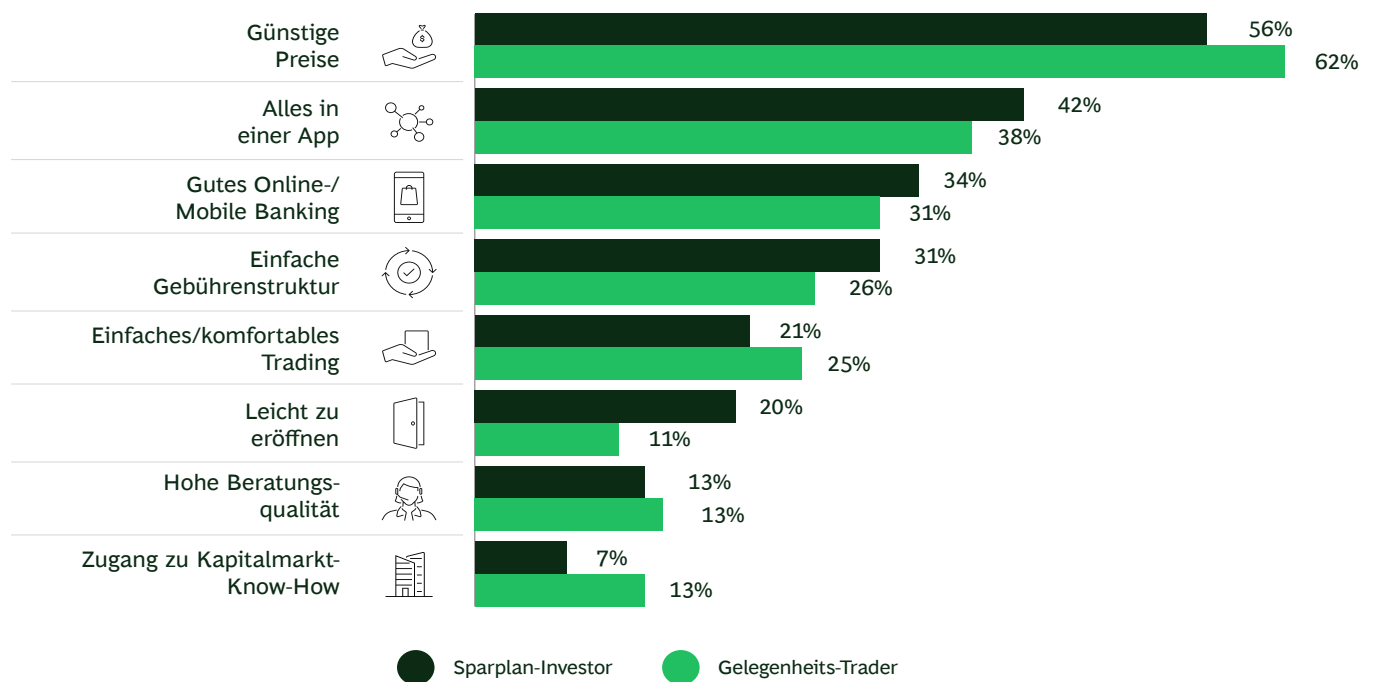
Dieser Nachfrage steht bislang kaum ein Angebot gegenüber. Erste Neobanken und Neo-Broker haben KI-gestützte Analyse- und Assistenzfunktionen in ihre Apps integriert; bei etablierten Filial- und Direktbanken sind vergleichbare Funktionen kaum existent. Ein Thema, das für diese Kundengruppe zunehmend wichtig wird, geht damit an den etablierten Banken vorbei – obwohl sie hier zwei Vorteile hätten. Erstens Vertrauen: Wer sein Portfolio analysieren lässt, muss sensible Finanzdaten offenlegen, und bei einer regulierten Bank fällt diese Hürde niedriger aus als bei einem allgemeinen KI-Assistenten. Zweitens Kompetenz und Datenbasis: Etablierte Häuser können Klumpenrisiken, Index-Überschneidungen oder steuerliche Effekte auf Basis des realen Depots berechnen, während ein allgemeiner Assistent nur mit dem arbeiten kann, was der Kunde ihm selbst eingibt.

Wechselbereit – und zwar aus klaren Gründen

Doch was genau bewegt diese Kunden zum Wechsel? Die Rangfolge der Wechseltreiber zeigt: Nach dem Preis sind vor allem Bequemlichkeit und Transparenz entscheidend. „Alles in einer App“ (42 % beziehungsweise 38 %), ein gutes Online- und Mobile-Banking sowie eine einfache Gebührenstruktur stehen weit oben, während klassische Argumente wie die Beratungsqualität deutlich an Bedeutung verlieren. Diese Faktoren entscheiden über die engere Wahl.

ABBILDUNG 12

Nach dem Preis zählen einfache Bedienung und klare Gebühren



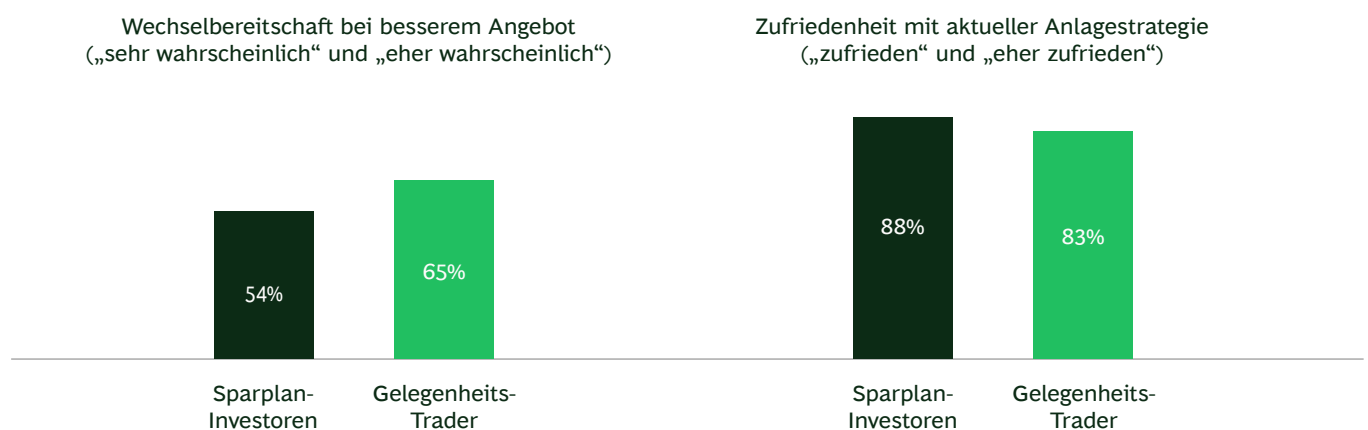
Quelle: BCG Analyse

Am meisten fällt die weiterhin hohe Wechselbereitschaft auf. Gegenüber 2023 ist sie jedoch leicht zurückgegangen: beim Gelegenheits-Trader von 67 % auf 65 %, beim Sparplan-Investor von 63 % auf 54 % – jeweils als Summe der Antworten „sehr

wahrscheinlich“ und „eher wahrscheinlich“. Trotz der hohen Zufriedenheit mit ihrer aktuellen Anlagestrategie bleiben beide Gruppen offen für einen Anbieterwechsel, wenn ein überzeugenderes Angebot verfügbar ist.

ABBILDUNG 13

Zufrieden, aber offen für bessere Angebote



Quelle: BCG Analyse

Dieser scheinbare Widerspruch – zufrieden und trotzdem wechselbereit – hat einen tieferen Grund. Bei Preis und Bedienbarkeit haben Neo-Broker und viele Banken echte Fortschritte gemacht; hier liegt nicht mehr die entscheidende Lücke. Sie liegt eine Ebene darunter: Wenn es darum geht,

größere Summen anzulegen, fehlen vielen Emerging Affluents das Vertrauen und die Werkzeuge, um die eigene Strategie wirklich zu durchdenken und zu optimieren. Wer dieses Bedürfnis bedient, gewinnt – wer es ignoriert, verliert die Kundengruppe an das nächstbessere Angebot.

Emerging Affluents für sich gewinnen – jetzt entscheidet die Umsetzung

Emerging Affluents bleiben die wichtigste Wachstumsgruppe. Wer sie gewinnen will, muss digitale Exzellenz mit intelligenter Beratung verbinden.

Die Verschiebung des Wertpapiergeschäfts von etablierten Filial- und Direktbanken hin zu (Neo-)Brokern hat sich zuletzt beschleunigt: Der Depot-Marktanteil etablierter Anbieter ist binnen zwei Jahren von 61 % auf 41 % gefallen. Gleichzeitig bleibt die Kundengruppe erreichbar – Wechselbereitschaft und Zufriedenheit schließen sich nicht aus. Und mit der hohen Offenheit für KI-gestützte Investment-Tools steht ein Hebel bereit, den bislang kaum ein etablierter Anbieter nutzt. Für etablierte Banken führt der Weg über zwei Stoßrichtungen.

STOSSRICHTUNG 1 – „FIX THE BASICS“ BLEIBT PFLICHT, IST ABER NUR NOCH DIE EINTRITTS-KARTE

Die Basisanforderungen – zeitgemäße Benutzerfreundlichkeit, wettbewerbsfähiges Pricing, Zugang zu alternativen Assetklassen (insbesondere Krypto und Private Equity) sowie eine dedizierte, zielgruppengerechte Ansprache – sind heute Mindeststandard. Da sich Kryptowährungen und Private Equity in nahezu allen Subsegmenten etabliert haben, wird ein fehlendes Angebot in diesen Anlageklassen zum Ausschlusskriterium. Entscheidend ist die Einordnung: Gutes Pricing und eine intuitive App sind keine Differenzierungsmerkmale mehr, sondern Table Stakes – die Eintrittskarte, um überhaupt relevant zu sein.

STOSSRICHTUNG 2 – INNOVIEREN, DIGITAL-FIRST UND MIT KI ALS CO-PILOTEN

Mit über 90 % Nutzungsbereitschaft für KI-gestützte Investment-Tools eröffnet sich ein Differenzierungsfeld, auf dem etablierte Banken ihre Stärken – regulatorische Erfahrung, breitere Datenbasis, Vertrauen der Kunden – tatsächlich ausspielen können, sofern sie schnell handeln. Automatische Portfolioanalyse und Steueroptimierung sind die am stärksten nachgefragten Anwendungsfälle. Ebenso überzeugend ist das Modell, das die Emerging Affluents sich wünschen: KI plus ein erreichbarer, remote verfügbarer Experte – hybride Guidance, die eigene Entscheidungen erleichtert, statt sie den Kundinnen und Kunden abzunehmen.

Die Auswertung nach Anbietertypen zeigt, wo etablierte Banken konkret ansetzen können: Sie haben ihre Kunden nicht deshalb verloren, weil diese kein Interesse an Beratung hätten. Vielmehr haben sie das margenschwächere, mengenmäßig aber

dominante ETF-Kerngeschäft an (Neo-)Broker abgegeben. Bei beratungsintensiveren Produkten und in der eigenen Hauptbankbasis liegt noch ungehobenes Potenzial.

Der Hebel, dieses Potenzial zu heben, heißt Konsolidierung. Viele Emerging Affluents unterhalten mehrere Bankbeziehungen parallel. In diesem Umfeld werden Wealth Aggregation und KI-gestützte Portfolio Analytics zum entscheidenden Differenzierungsfaktor: Wer einen konsolidierten Überblick über alle Positionen bietet und echte Analysewerkzeuge bereitstellt, schafft den Anreiz zur Bündelung.

Ein Blick auf die Kundenstruktur je Anbietertyp zeigt, wie viel dabei auf dem Spiel steht: Unter den Depotkunden von Neobanken und Direktbanken sind 67 % beziehungsweise 66 % Sparplan-Investoren, bei Filialbanken nur 56 %. Umgekehrt entfällt bei Filialbanken ein deutlich höherer Anteil auf Vermögensverwaltung (10 % gegenüber 5 %) und klassische Anlageberatung (8 % gegenüber 2 %). Filialbanken sind damit gerade im wachsenden Sparplan-Segment unterrepräsentiert – dort, wo künftig das meiste Volumen entsteht.

Eine Erkenntnis zieht sich dabei durch alle Ergebnisse: Es reicht nicht, eine bessere App auf ein klassisches Bankmodell zu setzen. Die Emerging Affluents merken den Unterschied zwischen einem Anbieter, der digital denkt, und einem, der nur digital aussieht. Der eigentliche Hebel ist deshalb keine einzelne Maßnahme, sondern die Bereitschaft zur echten, digital-first gedachten Transformation – über Prozesse, Geschwindigkeit und Kultur hinweg. Und der Zeitdruck ist real: Die Emerging Affluents von heute sind die vermögenden Kunden von morgen und haben ganz andere Erwartungen an ihre Bank als frühere Generationen.

Die Emerging Affluents 2026 sind kapitalmarktaktiver und KI-affiner als je zuvor - und weiterhin in hohem Maß wechselbereit. Die Gelegenheit, sie für sich zu gewinnen, ist da – aber nicht für immer. Etablierte Banken müssen jetzt handeln.

Autoren



Holger Sachse

Managing Director und Senior Partner
Düsseldorf

sachse.holger@bcg.com



Achim Ruckensteiner

Managing Director und Partner
Wien

ruckensteiner.achim@bcg.com



André Wenske

Managing Director und Partner
Frankfurt

wenske.andre@bcg.com



Akin Soysal

Managing Director und Partner
Zürich

soysal.akin@bcg.com



Jasper Barth

Partner
Hamburg

barth.jasper@bcg.com



Marc Schalück

Partner
Düsseldorf

schalueck.marc@bcg.com



Rasmus Mumme

Principal
Hamburg

mumme.rasmus@bcg.com



Maximilian Schön

Partner und Associate Director, Retail Banking
München

schoen.maximilian@bcg.com

BCG

